



54ème colloque
ASRDLF

5-7 juillet 2017, Athènes, Grèce



15th conference
ERSA-GR



Les défis de développement pour les villes et les régions dans une Europe en mutation

Réinventer les commerces de bouche indépendants dans la ville post-socialiste

Mlle Aurore NAVARRO

LER(Univ.Lyon2) - CEFRES (USR 3138-CNRS-MAEDI) Post-doctorante

59, rue Voltaire - Appt 33 69003 Lyon 69 France

aurore.navarro@gmail.com 06 33 40 16 94

Référence à la session / reference to the session

S-16 - L'activité marchande face aux mutations et recomposition des territoires

Résumé / Summary

L'objectif de cette communication est de présenter les résultats d'une recherche en cours que nous menons sur les commerces et artisans de l'alimentation à Prague. Le constat de départ est celui de la multiplication de commerces de bouche au cours de ces dernières années, qui s'appuient sur des ressorts de communication similaires à ceux des artisans et petits commerçants indépendants de l'Europe occidentale : les notions d'authenticité, de qualité, d'ancienneté, de tradition. Sous le régime socialiste, ce type d'entreprises avait pratiquement disparu sous l'effet de la concentration des activités de production alimentaire au sein d'institutions étatiques ou collectives, souvent de grandes dimensions. Depuis la fin des années 2000, une demande des consommateurs de produits alimentaires de meilleure qualité a vu le jour suite à une succession de scandales liés à l'industrie agro-alimentaire. D'une manière générale, cette tendance s'inscrit dans celle d'une plus forte sensibilisation aux questions du développement durable et à l'écologie. Elle se manifeste par la multiplication des "farmers markets" dans la ville, mais aussi par l'ouverture de plusieurs boutiques spécialisées dans la vente et/ou la fabrication de produits alimentaires, ainsi que dans l'ouverture d'épiceries fines.

Les études concernant les commerces de bouche dans les villes d'Europe centrale et la question de la reconquête des pratiques et des savoir-faire associés à ces commerces sont à notre connaissance inexistantes. La plupart des travaux ont concentré leur recherche sur les processus de reconnexion entre consommateurs et producteurs agricoles, et sur la notion de système alimentaire alternatif. La ville de Prague est l'une des villes européennes les mieux équipées en centres commerciaux et le poids des industries agro-alimentaires est très fort. Dans un tel contexte, quelle place reste-t-il pour le petit commerce indépendant ? Alors que durant la période socialiste, la production alimentaire s'appuyait sur la division du travail, la mécanisation et l'industrialisation des procédés, une offre alimentaire alternative, vantant la qualité des produits et la connaissance de savoir-faire spécifique s'est petit à petit reconstruite. Cette offre s'est-elle prioritairement installée dans le centre-ville de Prague, à proximité des quartiers cossus, ou bien est-elle plus diversifiée ? Quelles stratégies d'implantation suivent ces nouveaux commerces de la qualité alimentaire ?

En quoi sont-ils le reflet des évolutions récentes de la ville et des mutations en cours (processus de différenciation spatiales : gentrification, paupérisation) ?

Nous présenterons les résultats d'un travail de terrain qui s'appuie sur de l'observation et des enquêtes qualitatives semi-directives réalisées auprès d'acteurs (commerçants, associations, etc). La recherche étant encore en cours, jusqu'à la fin du mois d'avril, il est encore difficile de pouvoir anticiper quels en seront les résultats. Les premières enquêtes réalisées auprès de commerces montrent que ces commerces restent assez dispersés dans la ville. Dans la rue Dlouhá, à proximité de la place principale, Staroměstské náměstí, un "passage Gourmet" a été inauguré il y a deux ans qui, comme son nom l'indique, accueille plusieurs commerces de bouche (fromagerie, boucherie, chocolaterie, ...). C'est le seul pôle alimentaire que nous avons pour le moment repéré. Parmi les entreprises les plus anciennes, plusieurs ont connu un succès tel qu'elles possèdent désormais de multiples boutiques dans les villes, y compris dans des centres commerciaux. Elles ont alors tendance à "quadriller" la ville en étant présentes dans un grand nombre de quartiers. Peu sont ceux qui fabriquent dans le lieu de vente et même parmi ceux-ci, le statut d'artisan n'existant pas en République Tchèque, ces entreprises grossissent généralement rapidement et emploient un personnel nombreux. Les villes satellites, dotées généralement de grands centres commerciaux, accueillent généralement moins ce type de commerce. Les investisseurs sont de différentes natures : des entrepreneurs d'origine étrangère qui souhaitent s'installer à Prague souvent pour des motifs familiaux (italien, français) ; des banquiers ou chefs d'entreprise qui ont l'idée d'un type de boutique et ont de l'argent à investir ; des cadres supérieurs tchèques qui lassés de leur travail, tentent leur chance dans une nouvelle activité. Le modèle du commerce de bouche occidental reste en toile de fonds : des boulangeries de type français qui proposent des baguettes ou des croissants, des boulangeries allemandes, des fromages italiens, etc. De ce point de vue, le développement de ces commerces est aussi un marqueur du processus de globalisation et d'une certaine forme d'homogénéisation. En même temps, certains de ces investisseurs sont attentifs à valoriser la production locale : fabrication et vente de fromages italiens ; mise au point d'une filière de boucherie de la ferme à la vente au détail ou en restaurant. Cette dynamique a aussi permis à certaines petites fermes de voir le jour, s'appuyant sur la vente dans les marchés ou dans une boutique pragoise. Les premiers résultats qui seront à confirmer dans les prochains mois indiquent une recomposition de l'offre en commerces de bouche, entre globalisation et "retour au local", entre "traditions" et "innovations".

Mots-clefs : artisanat ; alimentation ; qualité ; entrepreneuriat ; appareil commercial.

Bibliographie / Bibliography

Bessière J., 2013, « Quand le patrimoine alimentaire innove », In: Mondes du Tourisme [En ligne], 7 | 2013, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 19 octobre 2016. URL : <http://tourisme.revues.org/182> ; DOI : 10.4000/tourisme.182

Delfosse C., 2011, La mode du terroir et les produits alimentaires, Paris, Les Indes savantes.

Jehlička, P., Smith J., 2011, "An unsustainable state: Contrasting food practices and state policies in the Czech Republic", In: Geoforum, 42, p. 362–372.

Hosbawn E., Ranger T., 1983, The invention of tradition, Cambridge.

Marcilhac V., 2012, Le luxe alimentaire: une singularité française, PUR, Rennes.

Merenne-Schoumecker B., 1996, La localisation des services, Nathan, Paris.

Paal M., 1996, "La transformation à Prague et Budapest : la mutation commerciale", In: Nouveaux espaces et systèmes urbains, Mobilités spatiale, Sedes, p. 199-216.

Pommois C., 2001, Les villes d'Europe centrale et orientale, du socialisme au libéralisme. Analyse du commerce de détail d'une capitale en mutation, Prague (République Tchèque), Thèse de doctorat en géographie, Université Louis Pasteur de Strasbourg et Université Charles de Prague.

Pommois C., "La consommation à Prague : impacts sur l'espace urbain", In: Etudes du CEFRES, n° 2, septembre 2004, 39p., 2004.

Syrovátková M., Hrabák J., Spilková J., « Farmers'markets'locavore challenge: The potential of local food production for newly emerged farmers'markets in Czechia », In: Renewable Agriculture and Food Systemes,

volume 30, Issue 4, august 2015, p. 305-317.

Spilková J., Fendrychová Lenka, Syrovátková Marie, « Farmers'markets in Prague : a new challenge within the urban shoppingscape », In: Agriculture and Human Values, vol. 30, Issue 2, june 2013, p. 179-191.

Spilková, J., 2008, "Changing face of the Czech retailing in post-communist transformation: Risks of extreme polarisation under globalisation pressures", In: Evolution of geographical systems and risk processes in the global context, ed. P. Dostál, p. 157–171.

Szmigin, I., Maddock S., Carrigan M., 2003, "Conceptualising community consumption: Farmers' markets and the older consumer", In: British Food Journal, 105, p.542–550.

Veřeřník, J., 2008, "Household consumption in the Czech Republic: From shopping queues to consumer society", In: Polish Sociological Review, 162, p.153–173.

Zrinscak G., Mutations des campagnes tchèques. Une décollectivisation pragmatique, Belin, Paris, 1997.